

2024-2030年中国会展行业市场竞争策略及未来发展潜力报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国会展行业市场竞争策略及未来发展潜力报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202110/979614.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

智研咨询发布的《2024-2030年中国会展行业市场竞争策略及未来发展潜力报告》共十一章。首先介绍了会展行业市场发展环境、会展整体运行态势等，接着分析了会展行业市场运行的现状，然后介绍了会展市场竞争格局。随后，报告对会展做了重点企业经营状况分析，最后分析了会展行业发展趋势与投资预测。您若想对会展产业有个系统的了解或者想投资会展行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第1章：会展行业发展背景分析

1.1 会展行业发展综述

1.1.1 会展行业市场运行特征

- (1) 国内展览市场总量上升
- (2) 出国展览行业稳中有升
- (3) 政府对展览业转型升级加强引导
- (4) 信息技术成为推动展览会发展的重要手段
- (5) 展览馆市场持续升温

1.1.2 会展行业发展趋势分析

- (1) 产业化趋势
- (2) 国际化趋势
- (3) 法制化趋势
- (4) 集团化趋势
- (5) 品牌化趋势
- (6) 专业化趋势
- (7) 生态化趋势
- (8) 多元化趋势

1.2 会展行业发展环境分析

1.2.1 经济环境分析

- (1) 国际经济环境分析

1) 发展现状

2) 国际宏观经济展望

(2) 国内经济环境分析

1) 宏观经济增长现状

2) 宏观经济走势预测

(3) 经济环境对行业影响分析

1) 纵向来看

2) 横向来看

1.2.2 政策环境分析

(1) 行业监管体制

(2) 行业法律法规解析

(3) 行业政策规制的特征和趋势

1) 政府政策支持

2) 政府规范指导

3) 政府直接推介

1.3 会展行业发展面临的机遇与挑战

1.3.1 “人才储备战”突围

(1) 我国会展业人才需求、储备现状

1) 会展产业从业人员需求领域

2) 会展人才储备不足且比例失调

3) 国内会展教育与人才需求严重脱节

(2) 国际会展教育及人才培育经验

1) 会展专业人才培养之国际比较

2) 国际会展教育培育特点和重点之比较

(3) 需加强会展人才培养

1.3.2 世界展览业加速“东移”，品牌展会仍集中在欧美

第2章：全球会展行业经验借鉴

2.1 全球会展行业发展分析

2.1.1 全球展览场馆总体情况

(1) 全球展览场馆地区分布

(2) 全球展馆可出租年面积

(3) 主要国家展览场地面积

(4) 全球前十大会展场馆

2.1.2 全球举办展会总体情况

(1) 全球举办展会总体情况

- (2) 全球各地区年展出面积
- (3) 全球各地区展出面积变化
- (4) 全球十大展览国展览会规模
- (5) 全球前40大展览企业收入规模

2.1.3 全球组展商实力分析

- (1) 欧洲整体实力最强，德英占主导地位

- 1) 德国
- 2) 英国
- 3) 法国
- 4) 意大利
- 5) 西班牙
- 6) 荷兰
- 7) 美国

- (2) 亚洲市场潜力大，整体实力有待提升

2.1.4 全球会展行业发展趋势

2.2 德国会展行业经验借鉴

2.3 美国会展行业经验借鉴

2.4 法国会展行业经验借鉴

2.5 俄罗斯会展行业经验借鉴

2.6 意大利会展行业经验借鉴

2.7 全球最佳会展中心分析

2.7.1 荷兰阿姆斯特丹RAI展览中心

2.7.2 韩国汉城会展中心

2.7.3 澳大利亚墨尔本展览会议中心

2.7.4 巴黎会议中心

2.7.5 英国格拉斯哥展览会议中心

2.7.6 新加坡国际会展中心

2.7.7 澳大利亚悉尼会展中心

2.7.8 加拿大温哥华会展中心

2.7.9 澳大利亚凯恩斯会议中心

第3章：中国会展行业发展现状分析

3.1 会展行业经济效益分析

3.1.1 会展行业发展水平较低

3.1.2 带动的经济效益明显

3.1.3 发达地区的会展业经济效益明显

3.2 中国会展行业发展状况

3.2.1 展览会市场概况

(1) 展览会省份分布

1) 从展览会数量角度看

2) 从展览会总面积角度看

(2) 展览会城市分布

1) 从展览会数量角度看

2) 从展览会总面积角度看

(3) 展览会规模分布

1) 从展览会数量角度看

2) 从展览总面积角度看

(4) 展览会行业分布

1) 展览行业布局

2) 展览会行业数量变化情况

3) 展览会细分行业数量变化情况

(5) 展览会时间分布

3.2.2 展览馆市场概况

(1) 展览馆省份分布

1) 从数量角度看

2) 从面积角度看

(2) 展览馆城市分布

1) 从数量角度看

2) 从面积角度看

(3) 展览馆规模分布

1) 从数量角度看

2) 从面积角度看

(4) 展览馆市场经营情况

1) 展览会数量

2) 从面积角度看

3) 租馆率

3.2.3 组展单位市场概况

(1) 组展单位地域分布

(2) 组展单位企业性质分布

1) 从数量角度看

2) 从面积角度看

(3) 组展单位行业分布

(4) 组展单位规模分布

1) 从展览会数量角度看

2) 从面积角度看

3) 跨区域办展能力

3.2.4 流动展会分析

3.3 中国出国经贸展览市场分析

3.3.1 我国出国展览概述

3.3.2 我国出国展览发展态势和市场特征

(1) 整体规模下滑

1) 从项目数量角度看

2) 从展出面积角度看

(2) 赴新兴市场办展势头放缓

1) 西欧、北美两地区

2) 拉美及加勒比地区

3) 亚洲地区

4) 东欧及俄罗斯地区

(3) 传统产业展会取得进一步发展

1) 机械类展会

2) 纺织服装、皮革制品类展会

3) 食品、农产品类展会

3.3.3 我国出国展览办展主体格局变化特征

(1) 办展主体集中化趋势明显

(2) 品牌自办展规模和影响力进一步提升

1) 从地域上看

2) 从专业分类上看

(3) 赴“一带一路”沿线国家参展初见成效

1) 从国别上看

2) 从专业分类上看

3) 从办展类型上看

第4章：中国会展行业竞争力分析

4.1 世界会展巨头在华竞争分析

4.1.1 英国励展博览集团

- (1) 集团介绍
- (2) 在中国布局及发展
- 4.1.2 亚洲博闻有限公司
 - (1) 公司介绍
 - (2) 公司在中国发展情况
- 4.1.3 德国法兰克福展览公司
 - (1) 公司介绍
 - (2) 公司在中国发展情况
- 4.1.4 德国科隆展览公司
 - (1) 公司介绍
 - (2) 公司在中国发展情况
- 4.1.5 德国汉诺威展览公司
 - (1) 公司介绍
 - (2) 公司在中国发展情况
- 4.2 中国会展行业竞争分析
 - 4.2.1 会展行业竞争格局分析
 - (1) 区域竞争情况
 - (2) 市场主体竞争情况
 - 4.2.2 会展行业SWOT分析

第5章：中国会展行业细分展览项目运营分析

- 5.1 轻工业展览项目运营情况分析
 - 5.1.1 中国轻工业展览总体状况
 - (1) 总体情况
 - (2) 主要特点
 - 5.1.2 中国轻工业展览动态
- 5.2 纺织业展览项目运营情况分析
 - 5.2.1 中国纺织业展览总体状况
 - (1) 纺织行业展会未来发展方向分析
 - 1) 开拓海外市场，积极参加海外展会
 - 2) 绿色环保低碳是主流
 - 5.2.2 中国纺织工业展览动态
- 5.3 机械制造业展览项目运营情况分析
 - 5.3.1 中国机械制造业展览总体状况
 - 5.3.2 中国机械制造业展览动态

5.4 电子信息业展览项目运营情况分析

5.4.1 中国电子信息业展览总体状况

(1) 仪器仪表

(2) 光电技术

5.4.2 中国电子信息业展览动态

5.5 林农牧渔业展览项目运营情况分析

5.6 商业金融行业展览项目运营情况分析

5.7 交通运输业展览项目运营情况分析

5.8 医疗行业展览项目运营情况分析

5.9 服务业展览项目运营情况分析

5.10 能源行业展览项目运营情况分析

5.11 化工石化行业展览项目运营情况分析

5.12 文体行业展览项目运营情况分析

5.13 安防行业展览项目运营情况分析

第6章：中国重点会展项目发展分析

6.1 广交会

6.1.1 历届广交会举办规模

6.1.2 历届采购商到会统计

6.1.3 历届广交会成交额

6.1.4 广交会采购商区域分布

6.1.5 广交会经济效应分析

6.2 高交会

6.2.1 历届高交会举办规模

6.2.2 历届高交会成交额

6.2.3 高交会经济效应分析

6.3 华交会

6.3.1 历届华交会举办规模

6.3.2 历届华交会成交额

6.3.3 华交会经济效应分析

6.4 西博会

6.4.1 历届西博会举办规模

6.4.2 历届西博会成交额

6.4.3 西博会经济效应分析

6.5 世博会

6.5.1 上海世博会举办规模

- (1) 园区商业多业态、多层次
- (2) 游客之最
- (3) 演出活动场次之最
- (4) 两大创新广受好评
- (5) 参观者服务设施完善

6.5.2 上海世博会影响分析

- (1) 世博会对中国地位的影响分析
- (2) 世博会对中国经济的影响分析
- (3) 世博会对中国文化的影响分析
- (4) 世博会对中国会展行业的影响分析

第7章：中国会展经济带发展分析

7.1 中国会展经济带概述

7.1.1 会展经济带界定

7.1.2 会展经济带合作

- (1) 区域合作的理念与措施
 - 1) 构建新的合作理念
 - 2) 选择合适的合作路径
 - 3) 寻求新的合作载体
- (2) 区域合作的形式
 - 1) 企业间合作
 - 2) 城市间合作
 - 3) 区域间合作
 - 4) 培训人才合作

7.2 环渤海会展经济带发展分析

7.2.1 环渤海会展经济带发展分析

- (1) 环渤海会展经济带基本状况
 - 1) 环渤海会展经济带概述
 - 2) 环渤海地区会展场馆
- (2) 环渤海会展经济带优势分析

7.2.2 北京会展行业发展分析

- (1) 北京市会展行业发展概况
- (2) 北京会展行业设施规模
- (3) 北京会展行业会展项目及结构

- 1) 北京会展整体情况
- 2) 北京会展类型结构
 - (4) 北京会展行业市场主体结构
 - (5) 北京会展行业收入规模
 - (6) 北京会展行业相关政策
 - (7) 北京会展行业发展趋势
- 7.2.3 天津会展行业发展分析
 - (1) 天津会展行业设施规模
 - (2) 天津会展行业会展项目
 - (3) 天津会展行业收入规模
 - (4) 天津会展行业存在问题及对策
 - 1) 问题
 - 2) 对策
 - (5) 天津会展行业相关政策
- 7.2.4 青岛会展行业发展分析
 - (1) 青岛会展行业设施规模
 - (2) 青岛会展行业会展项目
 - 1) 青岛会展行业总体情况
 - 2) 青岛自主展会项目情况
 - 3) 青岛会展项目类型分布
 - (3) 青岛会展行业收入规模
 - (4) 青岛会展行业存在问题及对策
 - 1) 问题
 - 2) 对策
- 7.3 长三角会展经济带发展分析
 - 7.3.1 长三角会展经济带发展分析
 - (1) 长三角会展经济带基本状况
 - 1) 环渤海会展经济带概述
 - 2) 长三角地区会展场馆
 - (2) 长三角会展经济带呈梯度格局
 - 7.3.2 上海会展行业发展分析
 - (1) 上海会展行业设施规模
 - (2) 上海会展行业会展项目
 - 1) 国际展览会规模情况
 - 2) 国内展览会规模情况

- 3) 展商、客商规模分析
- 4) 主要展览场馆会展情况
 - (3) 上海会展行业收入规模
 - (4) 上海会展行业配套设施发展情况
- 1) 上海酒店业发展情况分析
- 2) 上海餐饮业发展情况分析
- 3) 上海旅游业发展情况分析
- 4) 城市交通发展状况
 - (5) 上海会展行业存在问题及对策
- 1) 问题
- 2) 对策
 - (6) 上海会展行业相关政策
 - (7) 上海会展行业发展趋势
- 7.3.3 南京会展行业发展分析
 - (1) 南京会展行业设施规模
 - (2) 南京会展行业会展项目
 - (3) 南京会展行业收入规模
 - (4) 南京会展行业存在问题及对策
- 1) 问题
- 2) 对策
 - (5) 南京会展行业相关政策
 - (6) 南京会展业发展趋势
- 7.3.4 杭州会展行业发展分析
 - (1) 杭州会展行业设施规模
 - (2) 杭州会展行业会展项目
 - (3) 杭州会展行业收入规模
 - (4) 杭州会展行业相关政策
- 7.4 珠三角会展经济带发展分析
- 7.5 东北会展经济带发展分析
- 7.6 中西部会展经济带发展分析

第8章：国内外会展旅游发展模式分析

- 8.1 国内外会展旅游发展模式
 - 8.1.1 国外会展旅游发展模式
 - 8.1.2 国内会展旅游发展模式分析

8.1.3 国内外会展旅游发展模式对比

8.2 国外优秀会展旅游城市发展现状与经验借鉴

8.2.1 拉斯维加斯会展旅游分析

(1) 会展旅游现状

(2) 会展旅游兴盛原因

1) 拉斯维加斯先进的会展设施

2) 良好的综合配套设施

3) 多姿多彩的休闲旅游资源，劳逸结合

4) 良好的软件环境

(3) 会展旅游经验借鉴

8.2.2 柏林会展旅游分析

(1) 会展旅游现状

(2) 会展旅游兴盛原因

1) 酒店餐饮业务发达

2) 展会活动频繁

3) 交通便利

(3) 会展旅游经验借鉴

8.2.3 新加坡会展旅游分析

(1) 会展旅游现状

(2) 会展旅游兴盛原因

1) 地理环境优越，气候宜人，交通便利

2) 酒店、会展场馆等设施设备齐全，服务系统完善

3) 旅游等现代服务业发达，旅游形象良好

4) 法律制度完善，政府廉洁高效

5) 多元文化共融，国际开放程度高

(3) 会展旅游经验借鉴

8.3 国内主要城市会展旅游发展分析

8.3.1 北京会展旅游发展分析

(1) 会展旅游现状

(2) 会展旅游优劣势分析

1) 优势总结

2) 劣势总结

(3) 会展旅游发展战略

8.3.2 上海会展旅游发展分析

(1) 会展旅游现状

(2) 会展旅游优劣势分析

1) 优势总结

2) 劣势总结

(3) 会展旅游发展战略

8.3.3 西安会展旅游发展分析

(1) 会展旅游现状

(2) 会展旅游优劣势分析

1) 优势总结

2) 劣势总结

(3) 会展旅游发展战略

8.3.4 重庆会展旅游发展分析

(1) 会展旅游现状

(2) 会展旅游优劣势分析

1) 优势总结

2) 劣势总结

(3) 会展旅游发展战略

8.3.5 海南会展旅游发展分析

(1) 会展旅游现状

(2) 会展旅游优劣势分析

1) 优势总结

2) 劣势总结

(3) 会展旅游发展战略

8.3.6 青岛会展旅游发展分析

(1) 会展旅游现状

(2) 会展旅游优劣势分析

1) 优势总结

2) 劣势总结

(3) 会展旅游发展战略

8.3.7 桂林会展旅游发展分析

(1) 会展旅游现状

(2) 会展旅游优劣势分析

1) 优势总结

2) 劣势总结

(3) 会展旅游发展战略

第9章：中国会展行业领先企业经营分析

9.1 中国领先会展组织运营企业经营分析

9.1.1 上海东浩国际服务贸易（集团）有限公司

- (1) 企业发展规模分析
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业会展业务分析
- (4) 企业经营情况分析

9.1.2 上海科技会展有限公司

- (1) 企业发展规模分析
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业会展业务分析
- (4) 企业经营情况分析

9.1.3 宁波国际展览有限公司

- (1) 企业发展规模分析
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业会展业务分析
- (4) 企业经营情况分析

9.1.4 大连北方国际展览股份有限公司

- (1) 企业发展规模分析
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业会展业务分析
- (4) 企业经营情况分析

9.1.5 上海浦东国际展览公司

- (1) 企业发展规模分析
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业会展业务分析
- (4) 企业经营情况分析

9.1.6 中博展览股份有限公司

- (1) 企业发展规模分析
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业会展业务分析
- (4) 企业经营情况分析

9.2 中国领先展馆运营企业经营分析

9.2.1 中国国际展览中心集团公司经营情况分析

- (1) 企业发展规模分析

(2) 企业主要场馆分析

(3) 企业会展业务分析

(4) 企业经营情况分析

9.2.2 北京国展国际展览中心有限责任公司

(1) 企业发展规模分析

(2) 企业主要场馆分析

(3) 企业会展业务分析

(4) 企业经营情况分析

9.2.3 首旅股份北展展览分公司

(1) 企业发展规模分析

(2) 企业主要场馆分析

(3) 企业会展业务分析

(4) 企业经营情况分析

9.2.4 上海展览中心(集团)有限公司

(1) 企业发展规模分析

(2) 企业主要场馆分析

(3) 企业会展业务分析

(4) 企业经营情况分析

9.2.5 上海国际展览中心有限公司

(1) 企业发展规模分析

(2) 企业主要场馆分析

(3) 企业会展业务分析

(4) 企业经营情况分析

9.2.6 深圳会展中心管理有限责任公司

(1) 企业发展规模分析

(2) 企业主要场馆分析

(3) 企业会展业务分析

(4) 企业经营情况分析

第10章：中国会展行业企业发展战略分析

10.1 会展组织运营企业发展战略分析

10.1.1 影响会展行业战略选择因素分析

(1) 产业影响因素分析

(2) 市场影响因素分析

1) 市场规模

- 1、市场竞争态势
- 2、经销商数量和分布状况
- 3、市场发展趋势
- 4、行业协会状况
- (3) 软硬件设施影响因素分析
- 10.1.2 不同发展阶段会展企业战略选择
 - (1) 创建期会展企业战略选择
 - 1) 产品战略
 - 2) 促销战略
 - 3) 企业联合战略
 - (2) 成长期会展企业战略选择
 - 1) 市场渗透战略
 - 2) 产品发展战略
 - 3) 人力资源战略
 - (3) 成熟期会展企业战略选择
 - 1) 市场渗透战略
 - 2) 市场开发战略
 - 3) 人力资源战略
 - (4) 衰退期会展企业战略选择
- 10.1.3 不同竞争位次会展企业战略选择
 - (1) 市场主导型企业战略选择
 - 1) 市场开发战略
 - 2) 差异化战略
 - 3) 市场营销战略
 - 4) 多元化战略
 - 5) 人力资源战略
 - (2) 市场挑战型企业战略选择
 - 1) 低成本战略
 - 2) 目标集聚战略
 - (3) 市场跟随型企业战略选择
 - (4) 市场补缺型企业战略选择
- 10.1.4 不同地域会展企业战略选择
 - (1) 环渤海会展经济带企业战略选择
 - 1) 产品战略
 - 2) 企业联合战略

3) 人力资源战略

(2) 长三角会展经济带企业战略选择

1) 产品战略

2) 差异化战略

3) 企业联合战略

(3) 珠三角会展经济带企业战略选择

1) 产品战略

2) 市场渗透战略

3) 企业联合战略

(4) 东北会展经济带企业战略选择

1) 产品战略

2) 企业联合战略

3) 产品发展战略

(5) 中西部会展经济带企业战略选择

1) 产品战略

2) 产品发展战略

3) 企业联合战略

10.2 会展场馆发展战略分析

10.2.1 会展场馆盈利模式建议

(1) 会展场馆主要盈利模式

1) 会展场馆租赁盈利模式

2) 多元化产品和增值服务盈利模式

3) 品牌化盈利模式

4) 投资于相关产业盈利模式

5) 房地产增值盈利模式

6) 资本运作盈利模式

(2) 阻碍会展场馆盈利的因素

1) 会展场馆的建设缺乏有效的前期规划

2) 大型会展活动场馆的后续开发问题突出

(3) 会展场馆盈利模式建议

1) 注重规划建设的盈利模式

2) 注重后续开发的盈利模式

3) 会展企业集群的盈利模式

10.2.2 会展场馆管理建议

(1) 国内外会展场馆管理对比

1) 中国杭州白马湖国际会展中心

2) 英国伦敦Earls Court会展中心

3) 会展场馆管理对比分析

(2) 中国会展场馆管理建议

10.2.3 会展场馆经营模式建议

(1) 场馆建设投资市场化

(2) 场馆经营管理市场化

(3) 政府管理宏观化

第11章：会展行业面临的困境及对策

11.1 会展行业面临的困境

11.1.1 不稳定因素

11.1.2 物流问题

11.1.3 产权问题

11.1.4 市场规则

11.2 会展企业面临的困境及对策

11.2.1 重点会展企业面临的困境及对策

(1) 困境

1) 展馆基础设施配备状况有待改善

2) 会展企业整体规模弱小

3) 品牌展会匮乏

4) 展览业高层次专业人才缺乏

(2) 对策

1) 借鉴德国，完成配套基础设施

2) 打造国际化会展品牌

3) 注重行业专业人才的培养

11.2.2 中小会展企业发展困境及策略分析

(1) 困境

1) 创新能力和服务水平低，难与国际大企业竞争

2) 人员素质偏低，发展潜力有限

3) 恶性竞争的企业困境

4) 营销处于被动地位

5) 资金规模受限

(2) 对策

1) 改变观念，树立品牌意识

2) 走专业化发展道路

3) 充分利用各种科技因素, 提高服务水平和质量

4) 加大会展人才引进和培养力度

11.2.3 国内会展企业的出路分析

(1) 走密集型发展战略

1) 市场渗透战略

2) 产品发展战略

3) 市场开发战略

(2) 走差异化发展战略

(3) 走人才开发战略

11.3 中国会展行业存在的问题及对策

11.3.1 中国会展行业存在的问题

(1) 会展场馆面积不足

(2) 配套设施不够先进

(3) 国际化发展步伐较慢

(4) 展会服务水平较低, 人才缺口较大

(5) 会展企业规模较小, 实力不够雄厚规模化

11.3.2 会展行业发展的建议对策

(1) 加强硬件设施建设

(2) 注重会展品牌打造

(3) 加强会展人才培养

(4) 增强会展企业实力

(5) 加快会展业市场化进程

(6) 建立行业协会

(7) 加快发展服务业

11.3.3 市场的重点客户战略实施

(1) 实施重点客户战略的必要性

1) 重点客户战略性管理目标

2) 重点客户是企业战略的组成部分

(2) 合理确立重点客户

(3) 重点客户战略管理

1) 优先保证重点客户的货源充足

2) 充分关注重点客户的动态

3) 根据重点客户不同的情况, 和每个重点客户一起设计促销方案

4) 对重点客户制定适当的奖励政策

5) 保证与重点客户之间信息传递的及时、准确，把握市场脉搏

图表目录：

图表1：2019-2023年美国实际GDP折年率（单位：%）

图表2：2019-2023年欧元区19国GDP环比折年率变化情况（单位：%）

图表3：2019-2023年日本GDP增长环比变化情况（单位：%）

图表4：2019-2023年我国GDP增速变化情况（单位：%）

图表5：2019-2023年主要经济指标增长及预测（单位：%）

图表6：2019-2023年我国会展行业相关政策

图表7：2023年全球展览场馆地区分布（单位：个，%，万平方米）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/979614.html>